

Medición del comercio electrónico

Daniel KER

Economista-estadístico, Comercio electrónico y economía digital, UNCTAD

Daniel.ker@unctad.org

Resumen

- ¿Qué es el comercio electrónico?
- Indicadores clave sobre el comercio electrónico
- Medición del valor del comercio electrónico
- Aprendizajes

¿Qué es el comercio electrónico?

Definición internacional de comercio electrónico con fines de medición:

“Una transacción de comercio electrónico es la venta o compra de bienes o servicios, realizada a través de redes informáticas mediante métodos diseñados específicamente con el fin de recibir o realizar pedidos..

Los bienes o servicios se solicitan por esos métodos, pero el pago y la entrega final de los bienes o servicios no tienen que realizarse en línea.

Una transacción de comercio electrónico puede ser entre empresas, hogares, individuos, gobiernos y otras organizaciones públicas o privadas.”

- Incluye pedidos a través de páginas web, extranet, mensajes EDI (legibles/generados por máquina), aplicaciones.
- Excluye pedidos realizados por teléfono, fax o **correo electrónico** escrito manualmente (ya que estos no están "diseñados específicamente para recibir o realizar pedidos").

¿Qué es el comercio electrónico?

Clasificación de determinadas economías por características de las definiciones de comercio electrónico aplicadas en las encuestas empresariales

El *Manual de la UNCTAD para la producción de estadísticas sobre comercio electrónico y economía digital* también se basa en la definición de la OCDE, pero proporciona la siguiente orientación para aplicar la definición en la práctica:

“Para tener en cuenta los diferentes niveles de desarrollo tecnológico en los países, la Asociación [sobre la medición de las TIC para el desarrollo] recomienda recopilar datos únicamente sobre los pedidos recibidos o realizados a través de Internet, incluido el correo electrónico (este último está excluido de la definición de la OCDE).”

- **Solo Internet:** Internet es ahora la red predeterminada para la mayoría de las aplicaciones, incluidos los pedidos entre empresas (por ejemplo, "EDI a través de Internet").

→ es poco probable que haga una gran diferencia en la mayoría de los casos.

- **Pedidos por correo electrónico:** es probable que la importancia varíe entre países e industrias.

→ se recomienda medir los pedidos de correo electrónico por separado siempre que sea posible y siempre tener claro el alcance de las estadísticas publicadas.

	Excluye pedidos a través de correo electrónico escrito manualmente	Incluye pedidos a través de correo electrónico escrito manualmente
Todas las "redes informáticas"	Austria China Francia Hong Kong, China Japón Corea (Rep.) Malta Filipinas Singapur España Reino Unido	Estados Unidos
Solo Internet	Canada Malaysia	Australia Indonesia México Tailandia

Fuente: UNCTAD basado en fuentes nacionales.

Indicadores clave sobre el comercio electrónico



Asociación para medir las TIC para el desarrollo: Indicadores clave sobre el comercio electrónico

	Empresas	Hogares
Indicadores clave https://www.itu.int/en/ITU-D/Statistics/Documents/coreindicators/Core-List-of-Indicators_March2022.pdf	B7 Proporción de empresas que reciben pedidos por Internet B8 Proporción de empresas que realizan pedidos por Internet	HH9 Proporción de personas que utilizan Internet, por tipo de actividad
Fuentes clave	Encuestas sobre el uso de las TIC en las empresas	Encuestas sobre el acceso y la utilización de las TIC en los hogares y por los particulares
Ejemplo de preguntas de encuesta	<p>¿Su empresa recibió pedidos de bienes o servicios (es decir, realizó ventas) a través de Internet durante 20XX?</p> <p>¿Su empresa realizó pedidos de bienes o servicios (es decir, realizó compras) a través de Internet durante 20XX?</p> <p><input type="checkbox"/> Sí, a través de sitios web, mercados de Internet, EDI, a través de Internet, aplicaciones, etc..</p> <p><input type="checkbox"/> Sí, por correo electrónico</p> <p><input type="checkbox"/> No</p> <p>Véase https://unctad.org/webflyer/manual-production-statistics-digital-economy-2020</p>	<p>¿Para cuál de las siguientes actividades utilizó Internet para fines privados en los últimos tres meses (desde cualquier lugar)? Por favor, marque todo lo que corresponda.</p> <p><input type="checkbox"/> ...</p> <p><input type="checkbox"/> Compra o pedido de bienes o servicios</p> <p><input type="checkbox"/> Venta de bienes o servicios</p> <p><input type="checkbox"/> ...</p> <p>Véase https://www.itu.int/en/ITU-D/Statistics/Pages/publications/manual.aspx</p>

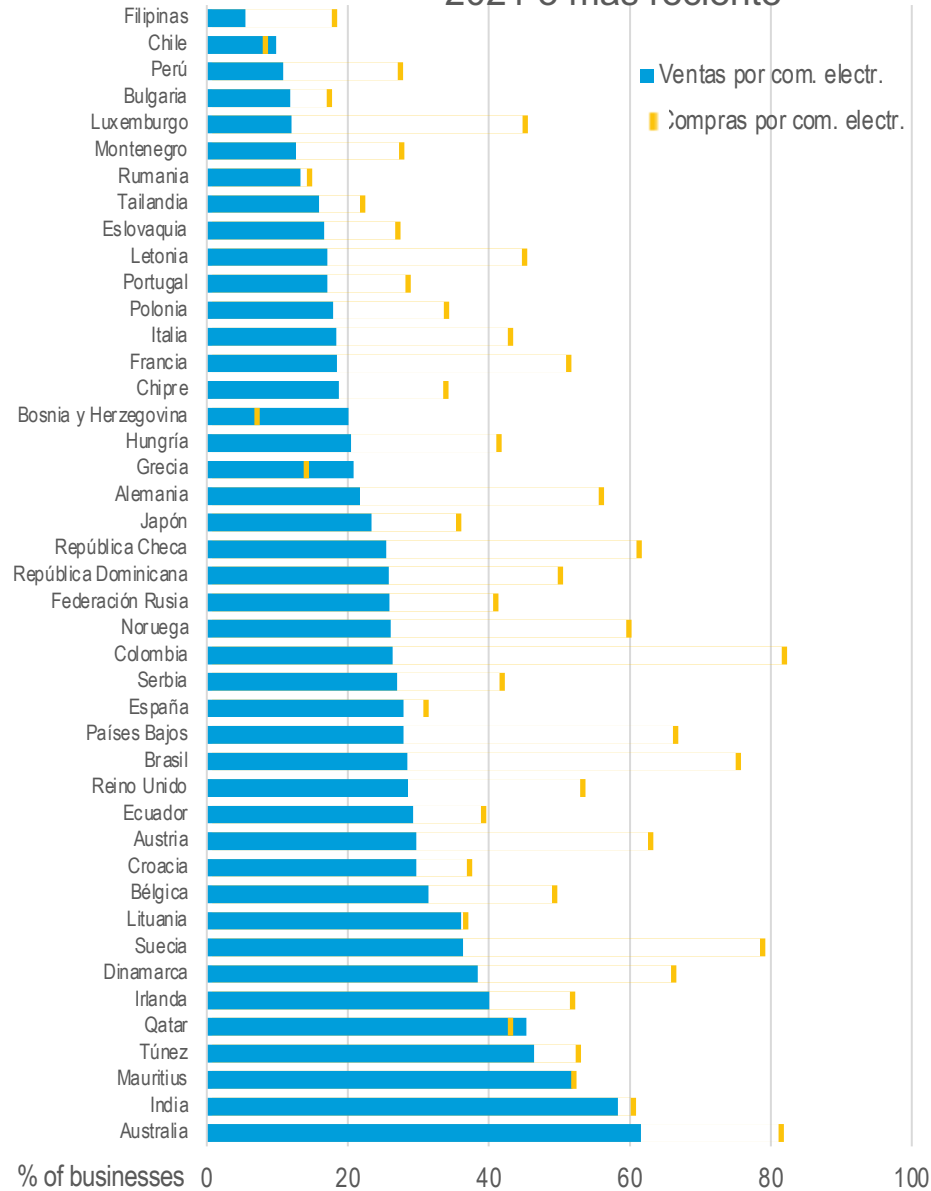
i La Asociación para la Medición de las TIC para el Desarrollo está dirigida por la UNCTAD, la UIT y la División de Estadística de las Naciones Unidas, con la participación de las comisiones regionales de las Naciones Unidas (incluida la CEPAL de las Naciones Unidas) y otras organizaciones y organismos internacionales.

La lista de indicadores clave sobre la medición de las TIC para el desarrollo es desarrollada por las organizaciones participantes con aportes de los países miembros y respaldada por los países a través de la Comisión de Estadística de las Naciones Unidas.

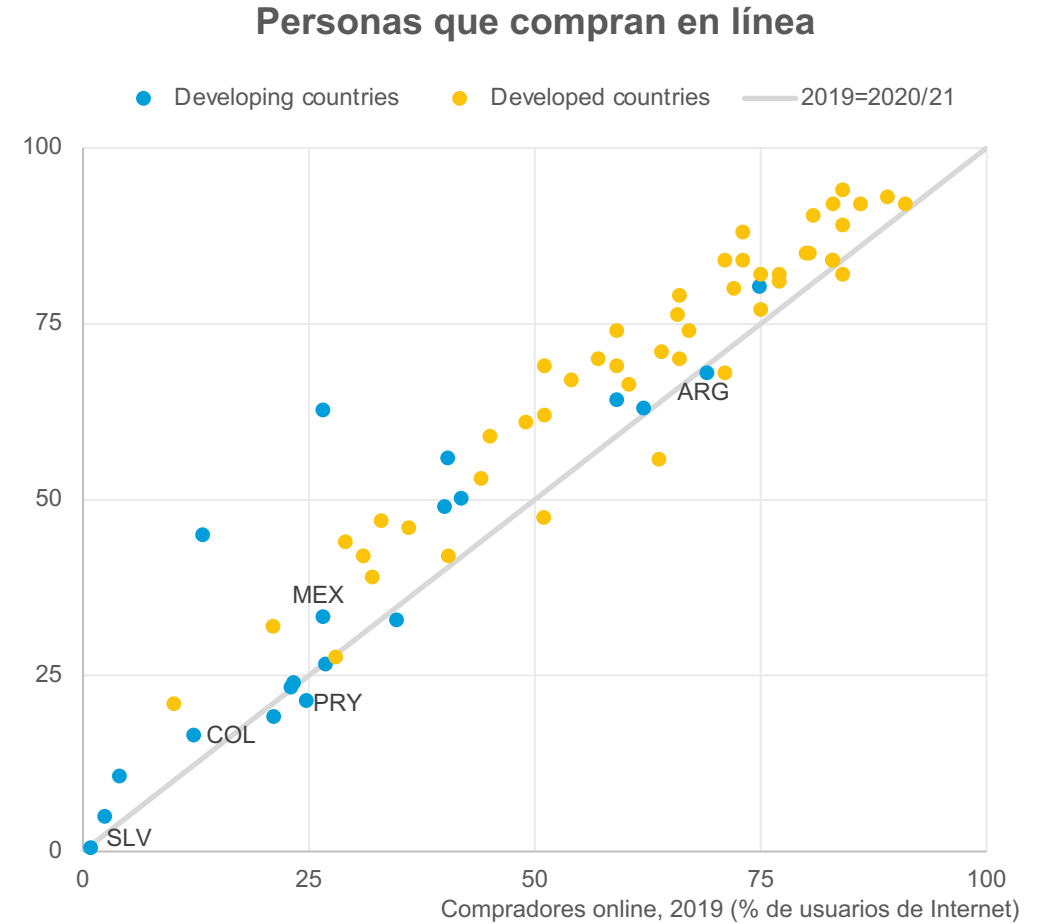
Véase: <https://www.itu.int/en/ITU-D/Statistics/Pages/intlcoop/partnership/default.aspx>.

Indicadores clave sobre el comercio electrónico

Empresas que utilizan el comercio electrónico 2021 o más reciente



Compradores online, 2020/21 (% de usuarios de Internet)



Fuente: indicadores clave de la UNCTAD sobre la utilización de las TIC en las empresas.
Nota: Empresas con 10+ personas empleadas. Años de reporte más comunes: ventas 2020; Compras 2018.

Fuente: <https://unctad.org/news/covid-19-boost-e-commerce-sustained-2021-new-unctad-figures-show>. UNCTAD based on Eurostat Digital Economy and Society Statistics database, Base de datos de la OCDE sobre el acceso y la utilización de las TIC por los hogares y las personas, base de datos de indicadores mundiales de telecomunicaciones/TIC de la UIT, Argentina CACE, Australia Post, China Network Information Center, DANE Colombia, IMDA Singapur.
Nota: Para la mayoría de los países europeos/OCDE, los datos se refieren a personas de 16 a 74 años que utilizaron Internet/compraron en línea en los 12 meses anteriores a la encuesta. Para otros países, pueden aplicarse rangos de edad más amplios y diferentes períodos de recuperación. Cifras de 2021 utilizadas cuando están disponibles (eje y) Pero para una minoría significativa de países (29 de los 66 países presentados), y especialmente para los países en desarrollo (17 de 19 países), los últimos datos se refieren a 2020.



Medición del valor del comercio electrónico

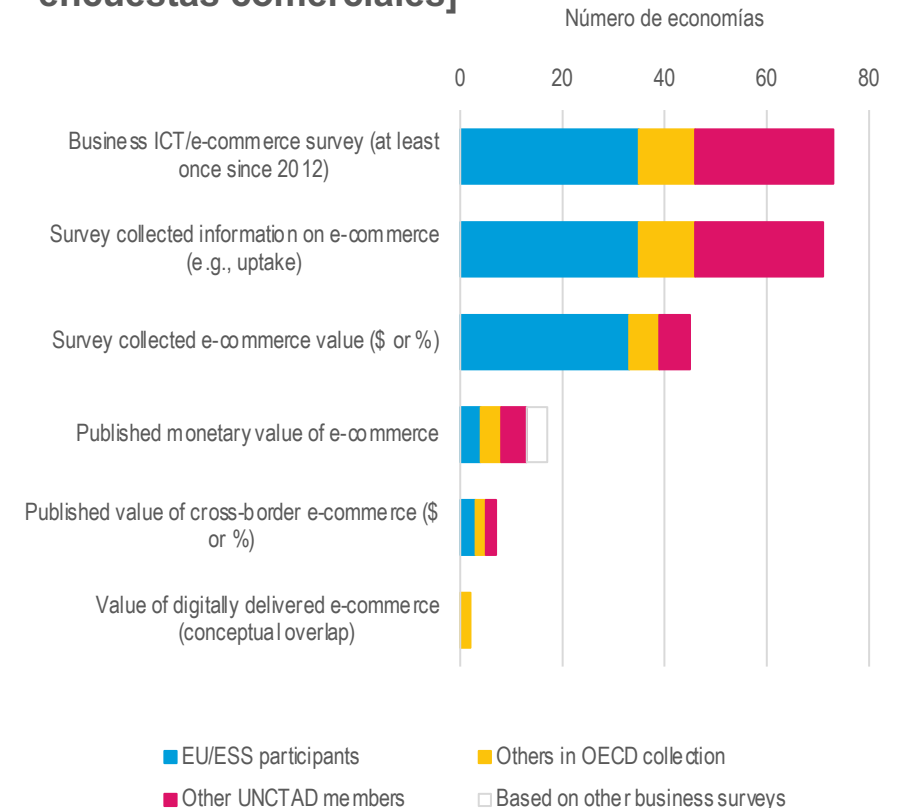


Ampliar las encuestas de TIC empresariales

- Aumento del rol del comercio electrónico → Necesidad de medidas del valor monetario de las transacciones de comercio electrónico.
 - Aunque los hogares, las unidades gubernamentales y las organizaciones sin fines de lucro participan en el comercio electrónico como compradores y vendedores, *las empresas representan la gran mayoría de las ventas y compras de comercio electrónico.*
- se recomienda *priorizar la medición del valor del comercio electrónico empresarial.*
- Las encuestas ya utilizadas para medir el comercio electrónico empresarial proporcionan un punto de partida natural.
 - Más desarrollado/menos desafíos para medir el valor del comercio electrónico que las encuestas de hogares.
 - Casi 80 países tienen encuestas de TIC empresarial; *La mayoría de estos han recopilado el valor de las ventas de comercio electrónico.*
 - También se pueden utilizar otras encuestas empresariales (por ejemplo, encuestas de actividad empresarial), con preguntas similares.



Medición del valor de las ventas comerciales en el comercio electrónico mediante encuestas sobre el uso de las TIC y el comercio electrónico [y otras encuestas comerciales]



Notas: UE = Unión Europea, SEE = Sistema Estadístico Europeo. El SEE incluye países de la UE, así como Islandia, Noruega, Turquía y los Estados balcánicos no pertenecientes a la UE. Estos países siguen generalmente la encuesta modelo de Eurostat sobre el comercio electrónico y el uso de las TIC en las empresas. "Otros en la colección de la OCDE" comprende a los miembros no pertenecientes a la UE de la OCDE Australia, Canadá, Colombia, Israel, Japón, Corea, México, Nueva Zelanda, Suiza y el Reino Unido, así como Brasil, que participa en la recopilación anual de datos de la OCDE. Aunque es miembro de la OCDE, los Estados Unidos no realizan encuestas sobre el uso de las TIC en las empresas. Por "otros miembros de la UNCTAD" se entiende todas las demás economías; se ha determinado que realizan encuestas sobre la utilización de las TIC en las empresas basadas en la información de origen proporcionada a la UNCTAD al presentar datos para su inclusión en la base de datos de indicadores clave sobre la utilización de las TIC en las empresas. Varios países han publicado cifras de valor de comercio electrónico basadas en otras encuestas: Japón, Singapur, Filipinas y Estados Unidos.
Fuente: UNCTAD sobre la base de fuentes nacionales, la base de datos de indicadores de la economía y la sociedad digitales de Eurostat, la base de datos de acceso y utilización de las TIC por las empresas de la OCDE, los indicadores clave de la UNCTAD sobre la utilización de las TIC en las empresas.

Ampliar las encuestas de TIC empresariales

Un ejemplo práctico

6.5 Sila nyatakan jumlah pendapatan yang diterima daripada jualan barangan atau perkhidmatan menggunakan e-dagang
Please indicate the total income that receive orders from sales of goods or services via e-commerce

44 RM 3100

Jika tuan tidak dapat membekalkan nilai,
If you can't provide the value,

Sila nyatakan anggaran peratusan jumlah pendapatan yang diterima daripada jualan barangan atau perkhidmatan menggunakan e-dagang
Please indicate an estimate of the percentage of total income that receive orders from sales of goods or services via e-commerce

45 (%)

Nota / Notes:
Bagi pesanan internet yang diterima bagi pihak organisasi lain, sila lapor hanya yuran atau komisen yang diterima
For internet orders received on behalf of other organisations, include only fees or commissions earned

4.2 Jumlah pendapatan (Merujuk kepada jumlah hasil kendalian / perolehan / jualan dan hasil lain)
Total income (Refers to operating revenue / turnover / sales and other revenue)

RM 080089

2 enfoques principales para medir el valor del comercio electrónico:

1. Solicitar ingresos de comercio electrónico directamente en \$
2. Preguntar como % de los ingresos totales por ventas (total recaudado en la misma encuesta u otra)

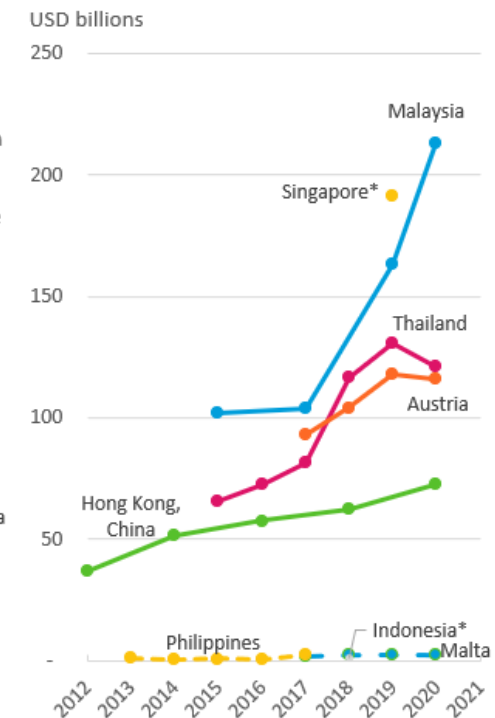
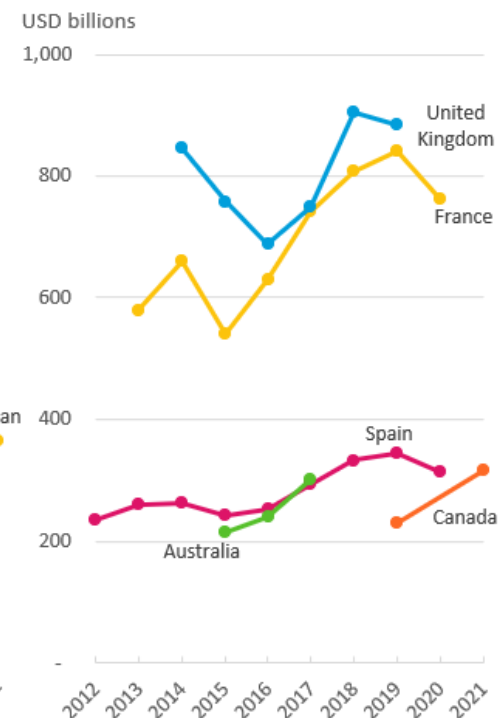
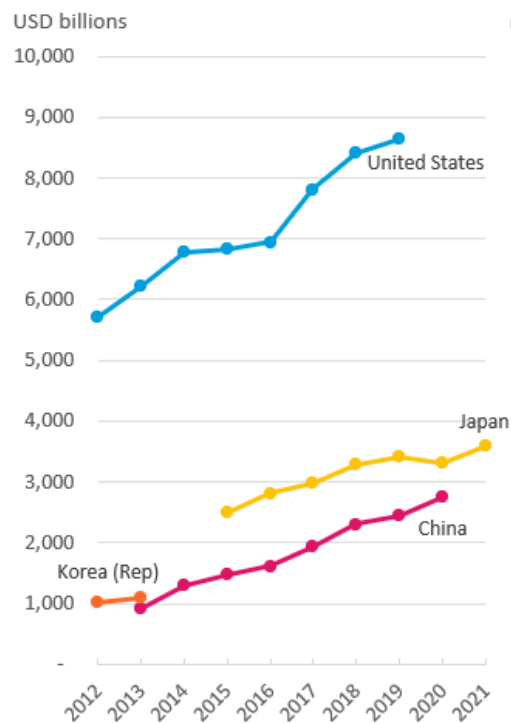
Muchas encuestas ofrecen a los encuestados ambas opciones, pero es común preferir la respuesta en \$ (como en [este ejemplo de DOSM Malasia](#)).

Se puede utilizar un enfoque similar para investigar las compras de comercio electrónico de la empresa que responde.

Ventas de comercio electrónico empresarial

Miles de millones de USD, precios actuales, 2012-2021

- Varias organizaciones nacionales de estadísticas han publicado estimaciones del valor de las ventas comerciales de comercio electrónico.
- En América del Sur, las estimaciones tienden a provenir de asociaciones de la industria.
 - Los métodos de encuesta y las preguntas utilizadas pueden ser poco claros y los resultados a menudo representan solo a los miembros.
- México publica valor agregado del comercio electrónico (concepto diferente)
- Recibimos cualquier "estimación oficial" de los países de ALC para incluir en el análisis.



Fuente: UNCTAD (2022), "Medición del valor del comercio electrónico" (https://unctad.org/system/files/information-document/Progress_in_measuring_e-commerce_and_digital_economy_work_by_relevant_organizations.pdf) basado en fuentes nacionales.

Nota: Ventas solo por empresas. Cifras en moneda nacional convertidas a USD utilizando los tipos de cambio anuales de la UNCTAD (<https://unctadstat.unctad.org/>). La comparabilidad de las series presentadas es limitada. Para la mayoría de las economías, la fuente subyacente es una encuesta sobre el uso de las TIC en las empresas/comercio electrónico u otra encuesta empresarial (por ejemplo, una encuesta sobre la actividad empresarial). La serie para Japón se basa en un enfoque algo diferente, véase el recuadro de la sección 3.5. * Singapur: sólo servicios, Indonesia: basado en una "encuesta de perfil" que muestrea empresas en 3.504 de los más de 800.000 bloques censales en 34 de las 37 provincias; Como tales, estas cifras no son representativas de todo el comercio electrónico empresarial. Para Australia, el año del informe termina en junio del año que se muestra.

Los desgloses proporcionan información adicional

Enfoque de arriba hacia abajo: recopile el total de \$ de comercio electrónico, desglose para proporcionar información adicional

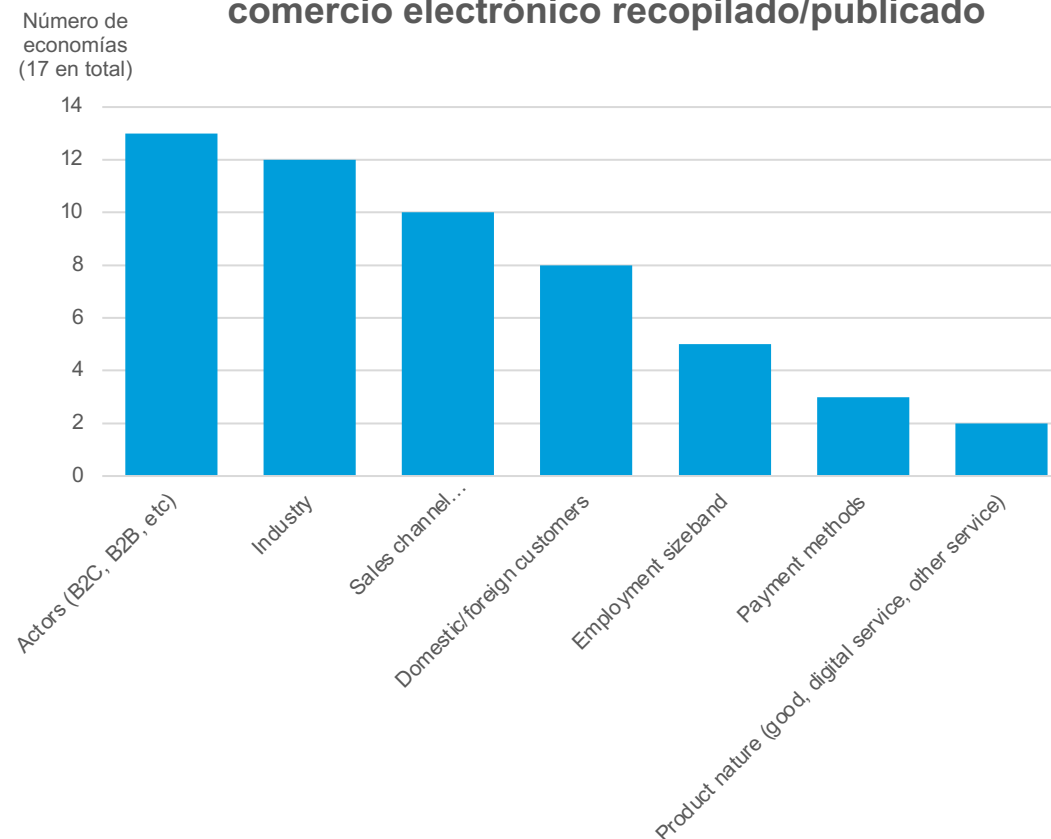
Un ejemplo de una pregunta de encuesta que solicita a la empresa que responde que proporcione el porcentaje del valor de las ventas de comercio electrónico a otras empresas (comercio electrónico B2B), unidades gubernamentales (B2G) o consumidores (B2C).

49. Del monto de ventas vía internet reportados en el punto 2 de la pregunta 48, indique el porcentaje de acuerdo al tipo de cliente.

	Porcentaje
49.1 Empresas privadas	<input type="text"/>
49.2 Gobierno	<input type="text"/>
49.3 Consumidores finales	<input type="text"/>
49.0 TOTAL	100%

Fuente: INEGI, CONACYT, « Encuesta sobre Tecnologías de la Información y las Comunicaciones ENTIC 2013 »:
https://inegi.org.mx/contenidos/programas/entic/2013/doc/cuestionario_entic_2013.pdf

Número de economías por tipo de desglose del comercio electrónico recopilado/publicado



Fuente: UNCTAD (2022), "Medición del valor del comercio electrónico" (https://unctad.org/system/files/information-document/Progress_in_measuring_e-commerce_and_digital_economy_work_by_relevant_organizations.pdf) basado en fuentes nacionales. Nota: Austria, Francia: las ventas a clientes nacionales frente a clientes extranjeros solo se distinguen por ventas web (no ventas de tipo EDI). República de Corea: métodos de pago solo disponibles para la suma del comercio electrónico B2C+C2C (consumidor a consumidor). Estados Unidos: el canal de ventas solo se recopila en la encuesta anual de comercio mayorista, no disponible para empresas de otras industrias.

Aprendizajes

- El comercio electrónico es cada vez más importante para facilitar la actividad económica
→ Creciente necesidad de [Indicadores sobre la aceptación y el valor del comercio electrónico](#).
- Los [indicadores clave sobre el comercio electrónico](#) nos cuentan cuántas personas y empresas utilizan el comercio electrónico para comprar y vender.
- Las preguntas complementarias de la encuesta se pueden utilizar para [medir el valor de las ventas y compras de comercio electrónico](#).
- En su reunión de los días 28 y 29 de noviembre, el Grupo de Trabajo de la UNCTAD sobre la medición del comercio electrónico y la economía digital (GT-ECDE) debatirá [la medición del valor del comercio electrónico](#). Se alienta a todos los países a participar. Regístrese para participar de forma remota o en persona en:
<https://unctad.org/meeting/working-group-measuring-e-commerce-and-digital-economy-third-meeting>
- Cualquier "estimación oficial" del valor de las ventas comerciales de comercio electrónico en los países de ALC sería muy apreciada para incluir en el análisis.